

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi tak bisa dielakkan. Sekarang, teknologi telah mempermudah berbagai aktivitas masyarakat, terutama dalam hal berbelanja online. Selain memudahkan masyarakat dalam berbelanja, teknologi dan internet juga punya dampak positif yang signifikan bagi wirausahawan. Banyak pebisnis yang kini memanfaatkan internet demi mengembangkan usahanya. Jika dahulu pedagang punya keterbatasan dalam memperkenalkan produknya ke khalayak luas, kini dengan adanya internet, pengusaha bisa dengan mudah dan cepat mempromosikan produk ataupun jasa mereka. Inilah yang menjadi salah satu alasan banyaknya penyedia website ataupun pasar online yang berkembang. Shopee menjadi salah satu marketplace yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. (Lorenzi & Lorina Siregar Sudjiman, 2023).

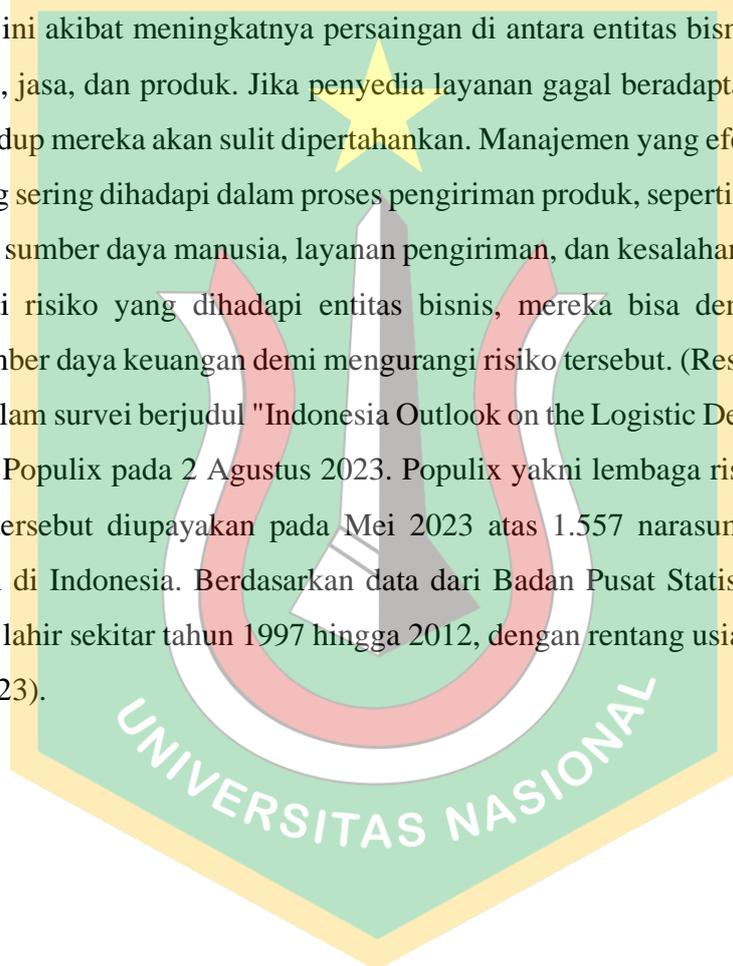
Shopee Xpress yakni entitas bisnis yang beroperasi di sektor jasa pengiriman barang. Perusahaan ini merupakan anak entitas bisnis dari Shopee, sebuah platform e-commerce yang membuat layanan belanja serta penjualan pembelian secara online. Penelitian ini punya tujuan demi menganalisis serta mengidentifikasi risiko yang berkaitan dengan proses pengiriman di Shopee Xpress, baik dari perspektif pengguna di Indonesia maupun dari sudut pandang internal entitas bisnis. (Ekonomi et al., 2024).

Pada era Revolusi Industri Keempat saat ini, terjadi banyak transformasi yang signifikan. Salah satu contohnya yakni kemajuan teknologi yang luar biasa. Kehidupan modern kian bergantung pada teknologi. Kemajuan teknologi telah melahirkan fenomena penting yang dikenal sebagai internet. Internet punya dampak besar di berbagai sektor, seperti tenaga kerja, pendidikan, hiburan, dan perdagangan. Sejak awal diperkenalkan demi keperluan komersial, organisasi-organisasi mulai mengintegrasikan internet ke dalam operasional mereka. Salah satu pemakaian internet yang dominan yakni di bidang pemasaran. Semakin banyak orang yang beralih ke pembelian secara digital. Tren ini juga diikuti oleh para profesional bisnis yang kian banyak memakai metode belanja digital. Orang-orang cenderung memilih cara ini sebab dianggap lebih nyaman, efisien dalam hal waktu, dan memungkinkan demi memilih produk dari berbagai lokasi melalui aplikasi smartphone. (Zahra et al., 2022).

Untuk terus memenuhi standar industri 4.0 dan bersaing secara efektif di pasar yang kompetitif, sektor logistik perlu menerapkan kemajuan teknologi yang sesuai serta menumbuhkan integrasi baik secara horizontal maupun vertikal dalam industri. Selain itu, integrasi ini harus

mencakup kolaborasi dengan mitra rantai pasokan. Perusahaan jasa pengiriman barang harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama, sebab hal ini berperan penting dalam menentukan keberhasilan mereka. Shopee Express (SPX) yakni bagian dari Shopee yang berfokus pada pengiriman barang. Penelitian ini, yang memanfaatkan metode EUCS, bertujuan demi menilai level kepuasan pengguna atas layanan yang disediakan oleh SPX (Wijaya & Rizani, 2022).

Persaingan yang intens di sektor jasa pengiriman paket, terutama terkait pengiriman barang, membuat pendapatan penyedia jasa menjadi rentan atas fluktuasi dan penurunan, termasuk dalam layanan pengiriman domestik. Di masa depan, diharapkan akan terjadi perkembangan pada pola permintaan layanan ini akibat meningkatnya persaingan di antara entitas bisnis-entitas bisnis yang menawarkan barang, jasa, dan produk. Jika penyedia layanan gagal beradaptasi dengan perubahan ini, kelangsungan hidup mereka akan sulit dipertahankan. Manajemen yang efektif diperlukan sebab tingginya risiko yang sering dihadapi dalam proses pengiriman produk, seperti pencurian, kebakaran gudang, manajemen sumber daya manusia, layanan pengiriman, dan kesalahan pengiriman. Dengan memahami berbagai risiko yang dihadapi entitas bisnis, mereka bisa dengan tepat dan cepat mengalokasikan sumber daya keuangan demi mengurangi risiko tersebut. (Resista Vikaliana, 2017). Hal ini tergambar dalam survei berjudul "Indonesia Outlook on the Logistic Delivery Services" yang dipublikasikan oleh Populix pada 2 Agustus 2023. Populix yakni lembaga riset pasar dan perilaku konsumen. Survei tersebut diupayakan pada Mei 2023 atas 1.557 narasumber pria dan wanita berusia 17-45 tahun di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, generasi Z yakni generasi muda yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012, dengan rentang usia saat ini 11-26 tahun. (Tekno.Kompas, 2023).



Jasa ekspedisi	Online shipping	Personal shipping
J&T Express	58 persen	55 persen
Shopee Express	32 persen	18 persen
JNE	27 persen	34 persen
SiCepat	23 persen	17 persen
GoSend	7 persen	16 persen
GrabExpress	4 persen	8 persen
Ninja Express	4 persen	3 persen
Pos Indonesia	3 persen	7 persen
TIKI	2 persen	6 persen
Wahana	1 persen	6 persen
Paxel	1 persen	2 persen
Indah Logistik	0 persen	3 persen
Shipper	0 persen	1 persen
Lalamove	0 persen	0 persen

Gambar 1.1 Peta Daftar Jasa Pengiriman Favorit Gen Z di Indonesia Q1 2023.

(Sumber: Tekno.Kompas, 2023)



Gambar 1.2 Peta Persaingan Jasa Logistik Favorit Pada Gen Z Tahun 2023.

(Sumber: Tekno.Kompas, 2023)

Kemajuan teknologi di Indonesia berkembang dengan sangat cepat serta menjadi elemen yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Perkembangan teknologi telah memberikan implikasi besar pada e-commerce dan menumbuhkan pemakaian layanan pengiriman. Semakin banyaknya penyedia layanan pengiriman menciptakan persaingan yang kian ketat, sehingga entitas bisnis-entitas bisnis pengiriman barang harus siap bersaing apabila ingin tetap bertahan. Shopee Xpress merupakan layanan logistik internal yang dioperasikan oleh Shopee di Indonesia. Artinya, seluruh paket yang dikirim melalui layanan ini diproses dan dikirim oleh staf resmi Shopee. (Widarmanti & Munisera, 2023).

Penelitian ini berfokus pada jasa pengiriman Shopee Express melalui platform marketplace Shopee. Hal ini didasarkan pada fakta bahwasannya Shopee merupakan salah satu platform dengan jumlah pengguna terbanyak, dilihat dari jumlah pengikut di Instagram, peringkat di App Store, serta peringkat di Play Store. Pada tahun 2015, Shopee, afiliasi Sea Group, secara bersamaan diperkenalkan di tujuh negara: Thailand, Vietnam, Taiwan, Singapura, Filipina, Indonesia, dan Malaysia. Sea Group ingin memakai teknologi demi menumbuhkan kualitas hidup usaha kecil dan konsumen. Shopee yakni platform e-commerce yang memfasilitasi model bisnis marketplace di Indonesia. Pasar ini ditujukan demi pembeli dan penjual, dan Shopee menyediakan platform demi daftar produk. Pelanggan bisa melihat-lihat dan memilih barang yang ingin mereka beli. Mekanisme escrow memfasilitasi transaksi dengan meminta pelanggan mengupayakan pembayaran ke rekening Shopee terlebih dahulu, lalu mencairkan dana kepada penjual pasca pembeli menerima barang. (Pabottinggi, 2023).

Sebuah layanan dianggap berhasil memberikan kepuasan apabila mampu memenuhi kebutuhan penggunanya. Kepuasan pengguna merupakan elemen penting bagi setiap penyedia layanan. Tingkat kepuasan ini bisa dimanfaatkan demi mengevaluasi kelebihan dan kekurangan layanan, sehingga bisa diimplementasikan langkah-langkah perbaikan guna memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam riset ini, metode End User Computer Satisfaction (EUCS) diterapkan sebab metode ini berfokus pada kepuasan pengguna akhir berdasarkan pengalaman mereka dengan teknologi ataupun layanan, dan memungkinkan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna akhir (Kartikasari & Suyatno, 2023). Doll & Torkzadeh (1991) menjelaskan bahwasannya metode EUCS mencakup lima variabel demi analisis, yakni: Content (isi), Accuracy (keakuratan), Format (bentuk), Ease of Use (kemudahan pemakaian), dan Timeliness (ketepatan waktu). Penelitian ini bertujuan sebagai evaluasi bagi pengembang agar lebih memperhatikan kepuasan pengguna, sehingga bisa menumbuhkan keberhasilan sistem aplikasi tersebut (Doll, William J., dan Gholamreza Torkzadeh). Berdasarkan data dan kondisi yang diuraikan, periset

tertarik demi memfokuskan studi ini dengan judul “Analisa Kepuasan Pengguna Terhadap Ekspedisi Shopee Express dengan Penerapan Metode End User Computing Satisfaction (Survei Pada Followers Akun Instagram Shopee Indonesia)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Di era digital, layanan pengiriman barang memainkan peran penting bagi e-commerce. Shopee Express, sebagai layanan ekspedisi yang dimiliki oleh Shopee, bertugas memastikan pengiriman barang yang tiba tepat waktu dan dalam keadaan baik. Namun, dengan kian meningkatnya volume transaksi, berbagai tantangan mulai muncul, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, dan kualitas pelayanan kurir yang kurang memadai. Jika masalah ini tak segera diatasi, reputasi Shopee Express bisa terancam dan mengurangi loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu, diperlukan analisis yang mendalam dengan memakai metode End User Computing Satisfaction (EUCS) demi memahami faktor-faktor yang mempengaruhi level kepuasan pengguna di wilayah Jabodetabek serta memberikan rekomendasi demi menumbuhkan kualitas layanan.

Berikut yakni identifikasi masalah dalam riset dengan judul "Analisa Kepuasan Pengguna atas Ekspedisi Shopee Express: Penerapan Metode EUCS (Survei Pada Followers Akun Instagram Shopee Indonesia)":

1. Tingkat kepuasan pengguna Shopee Express di wilayah Jabodetabek belum terukur dengan jelas, sehingga diperlukan riset demi mengevaluasi dan menganalisis kepuasan tersebut.
2. Adanya keluhan dari pengguna terkait layanan Shopee Express, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, dan kualitas pelayanan kurir yang kurang memadai, menampakkan masalah yang perlu diidentifikasi dan dievaluasi lebih lanjut.
3. Belum ada riset yang komprehensif memakai metode End User Computing Satisfaction (EUCS) yang secara khusus berfokus pada kepuasan pengguna Shopee Express, terutama di wilayah Jabodetabek.
4. Pengaruh ketidakpuasan pengguna atas loyalitas dan reputasi Shopee Express belum diteliti secara mendalam, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut demi memberikan rekomendasi peningkatan layanan.
5. Kurangnya data dan informasi valid mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna Shopee Express di wilayah Jabodetabek mengakibatkan perlunya riset demi mendukung peningkatan kualitas layanan.

Identifikasi masalah ini menjadi dasar dalam merumuskan tujuan riset dan merancang metodologi yang sesuai demi mengevaluasi level kepuasan pengguna atas layanan Shopee Express.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan demi mengupayakan analisis menyeluruh atas level kepuasan pelanggan terkait layanan pengiriman Shopee Express. Pertama, riset ini akan mengevaluasi kualitas layanan pengiriman Shopee Express dengan memakai metode EUCS (End User Computing Satisfaction). Kepuasan pengguna atas pengalaman mereka dalam memanfaatkan layanan teknologi informasi akan diukur melalui metode EUCS. Survei juga akan disebarluaskan kepada pengikut akun Instagram Shopee Indonesia demi mengumpulkan data yang mencerminkan calon pengguna Shopee Express. Melalui analisis ini, riset ini bertujuan demi menumbuhkan pemahaman mengenai faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atas layanan pengiriman Shopee Express, serta memberikan wawasan berharga bagi Shopee demi menumbuhkan kualitas layanan mereka.

1.4 Batasan Masalah

Batasan dalam pernyataan masalah demi judul tesis ini bisa mencakup hal-hal berikut:

1. Analisis kepuasan konsumen atas layanan pengiriman Shopee Express di Indonesia merupakan fokus utama riset ini. Dengan menerapkan metodologi EUCS, riset ini menitikberatkan pada penilaian kualitas layanan pengiriman.
2. Penelitian ini memakai survei online yang ditujukan kepada pengikut akun Instagram Shopee Indonesia. Dengan demikian, hanya narasumber yang aktif di Instagram dan punya pemahaman ataupun minat atas Shopee yang akan dilibatkan dalam pengumpulan data.
3. Penelitian ini berfokus pada penerapan pendekatan EUCS demi mengevaluasi kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang terkait dengan kualitas dan pengalaman pengguna layanan pengiriman Shopee Express.

1.5 Kontribusi

Penelitian ini memberikan implikasi yang pesat atas paham mengenai kepuasan konsumen atas layanan pengiriman Shopee Express serta mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan tersebut. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, organisasi bisa mempergunakan penemuan riset ini sebagai dasar demi menumbuhkan kualitas layanan pengiriman mereka. Hasil riset yang terkait dengan pengembangan ataupun peningkatan layanan bisa membantu Shopee dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pengguna yang ada, serta menarik pengguna baru. Selain itu, dengan mengusulkan metode baru dan terkini demi mengukur kepuasan pelanggan dalam konteks layanan pengiriman e-commerce, temuan riset ini juga

berkontribusi pada pengetahuan tentang evaluasi kualitas layanan dan manajemen kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga bisa memberikan wawasan akademis mengenai pentingnya kepuasan pengguna dalam industri e-commerce, khususnya pada aplikasi Shopee. Temuan ini bisa menjadi acuan bagi para periset di bidang teknologi informasi, manajemen, dan e-commerce.

